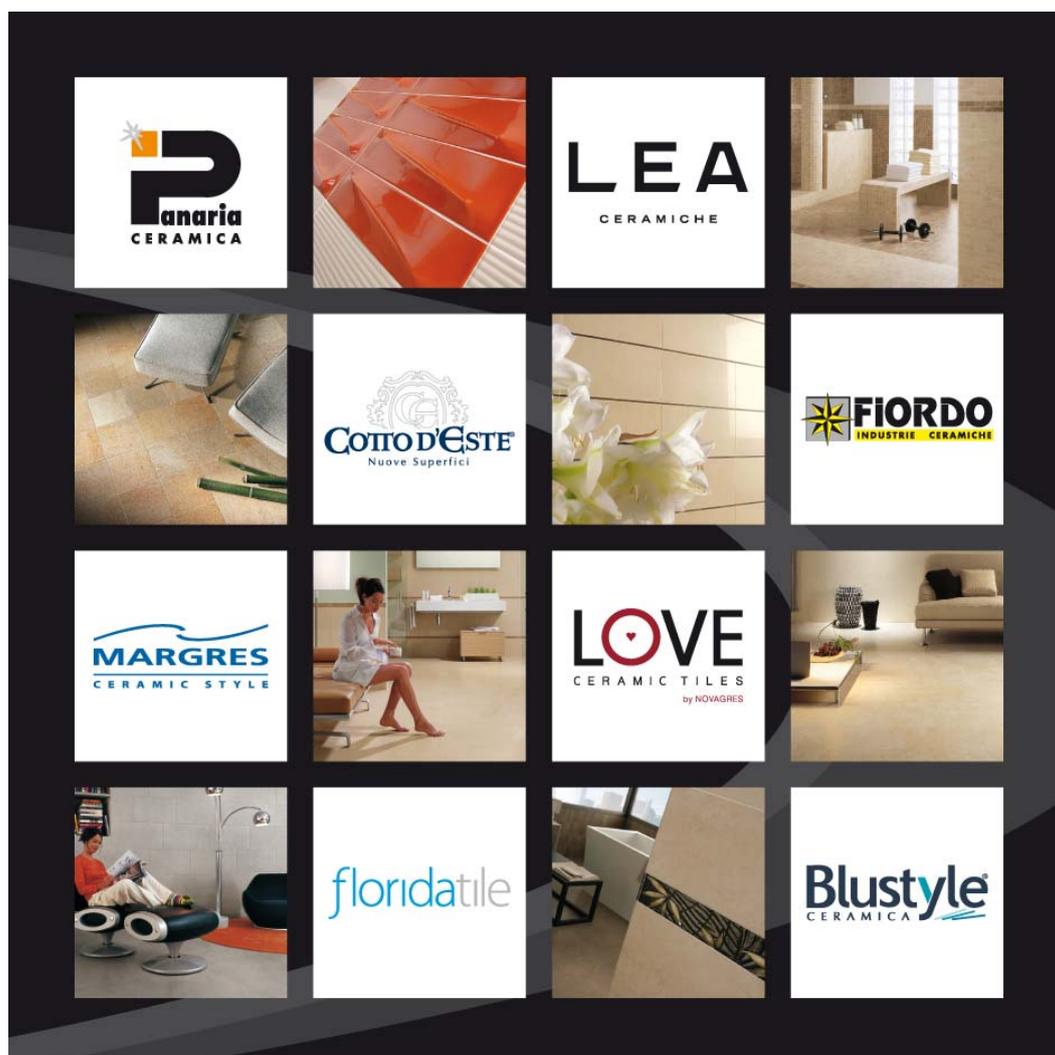




Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.

**RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE
AL 31 MARZO 2014**



INDICE

1. STRUTTURA DEL GRUPPO

2. CARICHE SOCIALI

Consiglio di Amministrazione

Collegio Sindacale

Società di Revisione

3. SITUAZIONE ECONOMICA E PATRIMONIALE

3.1 Conto Economico – Confronto 31/3/2014 e 31/3/2013

3.2 Stato Patrimoniale riclassificato

3.3 Posizione finanziaria netta

4. NOTE DI COMMENTO AI PROSPETTI CONTABILI

4.1 Principi contabili e criteri adottati

4.2 Area di consolidamento

4.3 Commenti all'andamento gestionale

5. PREVEDIBILE EVOLUZIONE DELLA GESTIONE

6. EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL TRIMESTRE

1. STRUTTURA DEL GRUPPO

La struttura del Gruppo al 31 Marzo 2014, risulta essere la seguente:



La Capogruppo è **Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.** , con sede in Finale Emilia, Modena (Italia), capitale sociale pari ad Euro 22.677.645,50

Panariagroup produce e commercializza materiale ceramico per pavimenti e rivestimenti attraverso 5 marchi distintivi: Panaria, Lea, Cotto d'Este, Fiordo e Blustyle. Tutti i marchi sono focalizzati nella fascia alta e di lusso del mercato di riferimento e commercializzano prevalentemente linee di prodotto in grès porcellanato sia sul mercato interno che sui mercati esteri.

Gres Panaria Portugal S.A., con sede in Chousa Nova, Ilhavo (Portogallo) , capitale sociale sottoscritto e versato pari ad Euro 16.500.000 interamente detenuto da Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.

Gres Panaria Portugal produce materiale ceramico per pavimenti e rivestimenti attraverso 2 distinti brand, Margres e Love Tiles, entrambi orientati ai principali mercati europei.

Panariagroup USA Inc. , con sede in Delaware, USA, capitale pari a USD 65.500.000, detenuto al 100% da Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.

La società detiene la partecipazione del 100% in Florida Tile Inc. e del 100% in Lea North America LLC.

La società inoltre commercializza nel Nord-America le linee di prodotto a marchio Panaria.

Florida Tile Inc. con sede nel Delaware, USA, capitale pari a USD 34.000.000, detenuto al 100% da Panariagroup USA Inc. , produce e commercializza materiale ceramico negli USA attraverso una propria rete distributiva ubicata prevalentemente sulla costa orientale.

Lea North America LLC., con sede nel Delaware, USA, capitale pari ad USD 20.000, interamente detenuto da Panariagroup USA Inc.

La società commercializza nel Nord-America le linee di prodotto a marchio Lea.

Montanari srl, con sede a Crespellano, Bologna (Italia), capitale pari a Euro 48.000, controllata al 100% da Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A. Trattasi di un punto vendita al dettaglio di materiale ceramico.

Panariagroup Immobiliare con sede in Finale Emilia, Modena (Italia), capitale sociale pari ad Euro 10.000, controllata al 100% da Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.

Tale società ha per oggetto di attività principale la compravendita e la permuta di fabbricati.

Il Gruppo inoltre partecipa ad una Joint Venture Company (JVC), con sede in India nello stato del Gujarat. Tale società è partecipata al 50% da Panariagroup e al 50% da AGL India Ltd, uno dei principali produttori del mercato indiano.

2. CARICHE SOCIALI

Consiglio di Amministrazione

| Nome e cognome | Carica |
|-----------------------|---|
| Mussini Emilio | Presidente del Cda e Amministratore Delegato |
| Mussini Giuliano | Vicepresidente del Consiglio di Amministrazione |
| Mussini Giovanna | Vicepresidente del Consiglio di Amministrazione |
| Mussini Paolo | Amministratore Delegato |
| Pini Giuliano | Amministratore Delegato |
| Bonfiglioli Sonia | Amministratore Indipendente |
| Onofri Paolo | Amministratore Indipendente |
| Palandri Enrico | Amministratore Indipendente |
| Tunioli Roberto | Amministratore Indipendente |

Collegio Sindacale

| Nome e cognome | Carica |
|-----------------------|-----------------------------------|
| Mussera Francesca | Presidente del Collegio Sindacale |
| Ascari Piergiovanni | Sindaco effettivo |
| Pincelli Vittorio | Sindaco effettivo |

Società di Revisione

Reconta Ernst & Young S.p.A.

3. SITUAZIONE ECONOMICA E PATRIMONIALE

3.1 Conto Economico : confronto 31 marzo 2014 – 31 marzo 2013

(dati in migliaia di Euro)

| | 31/03/2014 | % | 31/03/2013 | % | var. |
|---|-----------------|----------------|-----------------|----------------|----------------|
| Ricavi delle vendite e delle prestazioni | 67.945 | 100,61% | 66.654 | 94,81% | 1.291 |
| Variazione delle rimanenze PF | (3.034) | -4,49% | 1.761 | 2,50% | (4.795) |
| Altri ricavi | 2.625 | 3,89% | 1.887 | 2,68% | 738 |
| Valore della produzione | 67.536 | 100,00% | 70.302 | 100,00% | (2.766) |
| Costi per materie prime | (18.145) | -26,87% | (18.362) | -26,12% | 217 |
| Costi per servizi e godimento beni di terzi | (27.283) | -40,40% | (27.468) | -39,07% | 185 |
| Costo del personale | (18.591) | -27,53% | (18.526) | -26,35% | (65) |
| Variazione delle rimanenze MP | (30) | -0,04% | (183) | -0,26% | 153 |
| Oneri diversi di gestione | (691) | -1,02% | (687) | -0,98% | (4) |
| Costi della produzione | (64.740) | -95,86% | (65.226) | -92,78% | 486 |
| Margine operativo lordo | 2.796 | 4,14% | 5.076 | 7,22% | (2.280) |
| Ammortamenti | (3.890) | -5,76% | (4.156) | -5,91% | 266 |
| Accantonamenti e svalutazioni | (221) | -0,33% | (191) | -0,27% | (30) |
| Margine operativo netto | (1.315) | -1,95% | 729 | 1,04% | (2.044) |
| Proventi e oneri finanziari | (797) | -1,18% | (560) | -0,80% | (237) |
| Risultato prima delle imposte | (2.112) | -3,13% | 169 | 0,24% | (2.281) |
| Imposte e tasse stimate | 402 | 0,60% | (243) | -0,35% | 645 |
| Utile (Perdita) netto consolidato | (1.710) | -2,53% | (74) | -0,11% | (1.636) |

3.2 Stato Patrimoniale riclassificato

(dati in migliaia di Euro)

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO

| | 31/3/2014 | 31/12/2013 | 31/3/2013 |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|
| Rimanenze | 125.044 | 128.274 | 146.749 |
| Crediti verso clienti | 73.590 | 66.510 | 77.491 |
| Altre attività correnti | 8.807 | 10.028 | 15.585 |
| ATTIVITA' CORRENTI | 207.441 | 204.812 | 239.825 |
| Debiti verso fornitori | (51.680) | (50.655) | (57.267) |
| Altre passività correnti | (24.328) | (23.670) | (24.340) |
| PASSIVITA' CORRENTI | (76.008) | (74.325) | (81.607) |
| CAPITALE CIRCOLANTE NETTO | 131.433 | 130.487 | 158.218 |
| Aviamento | 8.139 | 8.139 | 8.139 |
| Immobilizzazioni immateriali | 2.128 | 2.149 | 2.411 |
| Immobilizzazioni materiali | 88.684 | 90.358 | 91.851 |
| Partecipazioni ed altre immobilizzazioni finanziarie | 357 | 358 | 475 |
| ATTIVITA' IMMOBILIZZATE | 99.308 | 101.004 | 102.876 |
| Crediti esigibili oltre l'esercizio successivo | 963 | 952 | 625 |
| Fondo trattamento di fine rapporto subordinato | (6.053) | (6.101) | (5.916) |
| Fondi per rischi ed oneri | (3.958) | (3.994) | (5.201) |
| Crediti per imposte anticipate | 14.353 | 13.589 | 9.727 |
| Altre passività esigibili oltre l'esercizio | (1.152) | (1.925) | (2.601) |
| ATTIVITA' E PASSIVITA' ESIGIBILI OLTRE L'ESERCIZIO | 4.153 | 2.521 | (3.366) |
| CAPITALE INVESTITO NETTO | 234.894 | 234.012 | 257.728 |
| Attività finanziarie a breve termine | (10.529) | (9.973) | (2.746) |
| Indebitamento finanziario a breve termine | 50.573 | 44.931 | 47.703 |
| INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO A BREVE TERMINE | 40.044 | 34.958 | 44.957 |
| Indebitamento finanziario a medio-lungo termine | 53.396 | 55.894 | 57.532 |
| INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO | 93.440 | 90.852 | 102.489 |
| Patrimonio netto di Gruppo | 141.454 | 143.160 | 155.239 |
| PATRIMONIO NETTO | 141.454 | 143.160 | 155.239 |
| TOTALE FONTI | 234.894 | 234.012 | 257.728 |

3.3 Posizione Finanziaria Netta Consolidata

(dati in migliaia di Euro)

| | 31/03/2014 | 31/12/2013 | 31/03/2013 |
|--|-----------------|----------------|----------------|
| Titoli | | | - |
| Disponibilità liquide | (10.529) | (9.973) | (2.746) |
| Attività finanziarie a breve termine | (10.529) | (9.973) | (2.746) |
| Debiti verso banche | 50.573 | 44.931 | 47.703 |
| Debiti finanziari verso imprese controllanti | - | - | - |
| Leasing | - | - | - |
| Indebitamento finanziario a breve termine | 50.573 | 44.931 | 47.703 |
| Debiti verso banche | 53.396 | 55.894 | 57.532 |
| Leasing | - | - | - |
| Debiti verso obbligazionisti | - | - | - |
| Indebitamento finanziario a medio-lungo termine | 53.396 | 55.894 | 57.532 |
| Indebitamento finanziario netto | 93.440 | 90.852 | 102.489 |

4. NOTE DI COMMENTO AI PROSPETTI CONTABILI

4.1 Principi contabili e criteri adottati

Il presente resoconto intermedio di gestione è redatto ai sensi dell'art. 154-ter del D.Lgs. 58/1998 (Testo Unico della Finanza), del Regolamento Emittenti emanato dalla Consob.

In relazione alle prescrizioni regolamentari in tema di condizioni per la quotazione di società controllanti società costituite o regolate secondo leggi di Stati non appartenenti all'Unione Europea e di significativa rilevanza ai fini del bilancio consolidato si segnala che:

- Alla data del 31 marzo 2014 fra le società controllate da Panariagroup rientrano nella previsione regolamentare 3 società: Panariagroup USA Inc., Florida Tile Inc e Lea North America LLC
- Sono state adottate procedure adeguate per assicurare la completa compliance alla normativa (art. 36 del Regolamento Mercati emanato da Consob)

Panariagroup ha adottato i Principi Contabili Internazionali ("IFRS") emessi dall'International Accounting Standards Board.

I principi contabili adottati per la redazione del presente resoconto intermedio di gestione non differiscono da quelli applicati a partire dalla data di adozione degli IFRS; inoltre, non sono presenti nei dati contabili stime diverse da quelle normalmente utilizzate per la redazione del bilancio annuale.

In relazione alle società statunitensi del Gruppo, si rileva che non sono state riscontrate significative differenze tra i principi contabili locali (US GAAP) e i principi contabili adottati nel bilancio consolidato (IFRS).

Il presente Rendiconto Intermedio non è stato oggetto di revisione contabile.

Gli importi sono indicati e commentati in migliaia di Euro, salvo dove espressamente indicato.

4.2 Area di consolidamento

L'area di consolidamento include:

- **Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.** Capogruppo
- **Gres Panaria Portugal S.A.** controllata al 100%
- **Panariagroup USA Inc.** controllata al 100%
- **Florida Tile Inc.** controllata al 100%
- **Lea North America LLC.** controllata al 100%
- **Montanari Srl,** controllata al 100%
- **Panariagroup Immobiliare,** controllata al 100%.

Tutte le società controllate sono consolidate con il metodo della integrazione globale.

Il Gruppo inoltre partecipa ad una Joint Venture Company (JVC) in India denominata Asian Panaria, partecipata al 50% e valutata con il metodo del Patrimonio Netto.

4.3 Commenti sull'andamento gestionale

Sintesi del Conto economico – Dati al 31 Marzo 2014

(dati in migliaia di Euro)

| | 31/3/2014 | % | 31/3/2013 | % | var. € |
|---|----------------|----------------|---------------|----------------|----------------|
| Ricavi delle vendite e delle prestazioni | 67.945 | 100,61% | 66.654 | 94,81% | 1.291 |
| Valore della produzione | 67.536 | 100,00% | 70.302 | 100,00% | (2.766) |
| Margine operativo lordo | 2.796 | 4,14% | 5.076 | 7,22% | (2.280) |
| Margine operativo netto | (1.315) | -1,95% | 729 | 1,04% | (2.044) |
| Risultato prima delle imposte | (2.112) | -3,13% | 169 | 0,24% | (2.281) |
| Risultato netto consolidato | (1.710) | -2,53% | (74) | -0,11% | (1.636) |

In sintesi, i risultati del periodo sono i seguenti:

- **I ricavi netti delle vendite** consolidati sono stati pari a **67,9 milioni di Euro**, con una crescita dell'**1,9%** rispetto a Marzo 2013.
- Il **marginale operativo lordo** è di **2,8 milioni di Euro** (5,1 milioni di Euro al 31 marzo 2013)
- Il **marginale operativo netto** è negativo di **1,3 milioni di Euro** (positivo per 0,7 milioni di Euro al 31 marzo 2013)
- Il **risultato consolidato** è stato negativo per **1,7 milioni di euro**, (negativo per Euro 0,1 milioni al 31 marzo 2013).

L'andamento del settore ceramico nel primo trimestre è stato caratterizzato, ad eccezione del mercato italiano, da una generale crescita dei consumi che ha interessato, seppur in misura non omogenea, tutte le macro-aree geografiche, inclusa quella europea. Benché sia prematuro affermare che si tratti di un trend consolidato, è senz'altro un segnale incoraggiante a conferma di tendenze già percepite, in misura meno marcata, nel quarto trimestre 2013.

In questo contesto anche il nostro Gruppo registra un risultato positivo in termini di ricavi; in particolare rimarchiamo le buone *performance* della Business Unit portoghese (+9%) e di quella americana (+8% in dollari USA, +4% convertiti in Euro), controbilanciate dalla lieve contrazione della Business Unit italiana (-1%).

I risultati della Business Unit portoghese beneficiano dei primi effetti positivi derivanti dalle intense attività di riorganizzazione intraprese, mirate ad una maggiore efficacia commerciale e ad un più adeguato posizionamento dei prodotti portoghesi sui principali mercati europei e all'importante attività di sviluppo operata sui principali mercati africani.

Il trend di crescita registrato dalla Business Unit americana, in un mercato immobiliare che si è rivitalizzato, è imputabile alla buona progressione di Florida Tile, specie per il contributo significativo dell'incremento delle vendite realizzato nel canale distributivo dei negozi a gestione diretta.

Per quanto concerne la Business Unit italiana, si riscontrano due tendenze divergenti; mentre da un lato si evidenziano le brillanti crescite realizzate sui mercati di Asia e Oceania, che confermano la validità della Divisione Panariagroup Trade , dall'altro continuano a persistere le difficoltà sul mercato domestico e sui principali mercati europei. Si rende necessario pertanto intervenire nel razionalizzare ed al tempo stesso potenziare le strutture commerciali dei marchi italiani sia per ridurre l'incidenza sui costi, sia per conseguire già nel breve periodo un significativo aumento dei ricavi.

L'incremento dei ricavi, non si è però riflesso in un miglioramento della marginalità che, viceversa, ha subito una contrazione rispetto al primo trimestre 2013.

Hanno concorso a questo risultato sostanzialmente tre fenomeni: la leggera contrazione dei prezzi medi, lo smaltimento dei prodotti finiti a lenta rotazione e le programmate fermate produttive.

La riduzione dei prezzi medi è dovuta prevalentemente al mutato mix delle vendite, finalizzato all'incremento dei volumi venduti e ad una maggiore penetrazione sul mercato, con l'aspettativa, nel breve termine, di un maggiore utilizzo della capacità produttiva disponibile; a tale politica, si sta accompagnando una significativa ristrutturazione e razionalizzazione dei costi di struttura al fine di recuperare marginalità.

Nel trimestre abbiamo continuato a privilegiare l'obiettivo di riduzione del capitale circolante e dell'indebitamento finanziario, già avviato in misura consistente nel secondo semestre 2013.

A tal fine, sono state effettuate nel corso dei primi 3 mesi dell'anno delle importanti fermate produttive che hanno interessato tutti gli stabilimenti del Gruppo ed è stata particolarmente intensa l'attività di smaltimento dei prodotti a lenta rotazione. Queste due attività hanno comportato una penalizzazione della marginalità operativa, ma come effetto positivo hanno determinato una riduzione del magazzino di 3,2 milioni di Euro dall'inizio dell'anno.

La scelta di puntare all'ottimizzazione del Capitale Circolante Netto operata nel secondo semestre 2013 e nel primo trimestre 2014, è stata premiata dall'importante riduzione dell'Indebitamento Finanziario che passa dai 102,5 milioni di Euro di Marzo 2013 ai 93,4 milioni di Euro di Marzo 2014, con un miglioramento di 9,1 milioni di Euro.

Ricavi Consolidati

I **Ricavi netti di vendita** hanno registrato una crescita, passando da 66,6 milioni di Euro realizzati al 31 marzo 2013 a 67,9 milioni di Euro al 31 marzo 2014 (+1,3 milioni di Euro).

Principali mercati di riferimento

Come precedentemente illustrato, continua per il Gruppo la debolezza sui principali mercati europei, ma si conferma come consolidata la crescita sul mercato americano e sui mercati emergenti (Asia, Africa e Oceania).

Il mercato **USA**, il primo Paese di riferimento per il Gruppo, conferma il buon trend di crescita in dollari (+8%) che risulta meno evidente sul bilancio consolidato per effetto del deprezzamento del dollaro sull'Euro rispetto al primo trimestre 2013 (-4%).

Il principale traino alla crescita si è confermato il canale distributivo dei negozi di Florida Tile con un incremento nelle vendite del 18%. Ricordiamo che negli ultimi mesi 2013 è stato aperto un nuovo negozio a Dallas a cui ne faranno seguito altri due nel corso del 2014 in aree già identificate.

Il mercato statunitense continua ad essere caratterizzato da un buon grado di dinamicità, e i principali indicatori macro-economici di settore confermano le aspettative positive anche per i prossimi mesi.

L'incidenza del mercato statunitense sul totale dei ricavi è pari al **31%**.

Il **mercato italiano** evidenzia una contrazione di circa il 5%, in linea al dato di settore riportato dalla recente rilevazione di Confindustria Ceramica. L'andamento negativo delle vendite per le aziende appartenenti al settore ceramico è strettamente connesso alla persistente crisi nel settore domestico delle costruzioni, che non accenna a diminuire.

L'incidenza del mercato italiano sul totale dei ricavi è pari al **23%**.

I **mercati europei** sono, nel loro complesso, ad un livello di poco inferiore allo scorso anno; mentre nello scorso esercizio tutte le principali nazioni erano caratterizzate da un trend in calo, nel primo trimestre rileviamo alcune ma importanti note positive tra cui spicca il mercato portoghese. Questo mercato, dove il Gruppo è uno dei principali *player* grazie alla presenza locale di Gres Panaria Portugal, ha fatto segnare una crescita dell'11% dopo anni di flessione.

L'incidenza dei mercati europei sul totale dei ricavi è pari al **34%**.

Gli **altri mercati** (Asia, Sudamerica, Oceania ed Africa), rappresentano una nota estremamente positiva nel trimestre, con una crescita complessiva del 30%.

Il netto miglioramento realizzato ha riguardato tutti i continenti: in Africa il fatturato è più che raddoppiato, in Asia, la crescita è stata nell'ordine del 20%, ed anche in Oceania la crescita risulta davvero importante con un incremento del+75%.

L'incidenza degli altri mercati sul totale dei ricavi è pari al **12%**.

La ripartizione dei ricavi, nelle macro-aree, evidenzia la crescente incidenza dei mercati extra-europei, caratterizzati da maggiori prospettive di sviluppo, che si pone ora al 43%.

L'attuale distribuzione del fatturato ci consente di operare pertanto per una quota consistente del nostro volume d'affari in aree molto dinamiche; tale aspetto, unito ai segnali di ripresa che iniziano a manifestarsi in maniera più chiara anche nel continente europeo, ci rende maggiormente ottimisti sul futuro andamento delle vendite.

Andamento delle Divisioni del Gruppo

Le Divisioni italiane che operano principalmente sul mercato domestico e sui principali mercati dell'Europa Occidentale (Panaria, Lea, Cotto d'Este, Fiordo e Blustyle), hanno segnato degli andamenti piuttosto allineati tra di loro, con una contrazione complessiva media del 5%.

La divisione Panariagroup Trade, focalizzata sui mercati extra-europei orientali, quale ulteriore conferma della validità del modello organizzativo adottato, ha ottenuto brillanti *performance* di crescita, superiori al 40%, grazie anche al contributo di alcuni progetti straordinari finalizzati nel trimestre.

Il risultato della Divisione portoghese rappresenta una delle note positive più importanti del trimestre. L'incremento del fatturato, sia sul mercato interno, che sui principali mercati esteri, è frutto dell'efficace attività riorganizzativa che ha interessato l'area commerciale e la rinnovata gamma di prodotto della Business Unit. La dinamica di crescita dei ricavi, accompagnata alla riduzione dei costi, dovuta alla razionalizzazione apportata nello scorso esercizio sulle strutture produttive e logistiche, ha inciso positivamente sul risultato economico del periodo.

La Business Unit statunitense ha complessivamente confermato una crescita buona, assecondando l'andamento del mercato immobiliare.

Si riscontra peraltro all'interno delle divisioni un andamento non omogeneo; continua a perseguire una crescita sostenuta la società Florida Tile, mentre le divisioni Panariagroup USA e Lea North America hanno subito un calo del volume d'affari, per effetto del rallentamento nelle importazioni negli USA, dovuto in larga misura alle cattive condizioni climatiche di Gennaio e Febbraio e al cambio euro/dollaro sfavorevole.

Le aspettative su questo mercato si confermano molto positive anche per i prossimi trimestri.

La Joint-venture indiana continua la propria attività di sviluppo commerciale, ed ha conseguito nel primo trimestre 2014 un incremento del fatturato pari al 32% rispetto al trimestre precedente. Nei prossimi mesi continueremo a perseverare nello sviluppo dell'organizzazione e del parco clienti, convinti che il mercato indiano rappresenti un'opportunità importante per il nostro Gruppo.

Risultati operativi

Il **margine operativo lordo** è stato di **2,8 milioni di euro** pari al 4,1% sul Valore della Produzione (5,1 milioni di Euro al 31 marzo 2013, pari al 7,2% sul Valore della Produzione).

Le principali variazioni riscontrate rispetto al primo trimestre 2013 sono riconducibili a:

- un calo dei prezzi medi, imputabile prevalentemente al mutato mix delle vendite, in particolare nella Business Unit italiana;
- l'intensificazione dell'attività di smaltimento delle scorte a lenta rotazione a prezzi di stock;
- la minore produzione realizzata rispetto al primo trimestre 2013, che ha determinato un significativo impatto negativo, in termini di marginalità, per effetto della maggiore incidenza dei costi fissi. La maggiore fermata produttiva ha riguardato anche la Business Unit americana nella quale in Gennaio sono state realizzate delle modifiche impiantistiche volte ad incrementare la gamma di articoli fabbricabile nello stabilimento di Lawrenceburg;
- il miglioramento della redditività della Business Unit portoghese per effetto dell'incremento dei ricavi e dei significativi risparmi di costi derivanti dalla razionalizzazione effettuata nel corso del 2013.

Si rileva che il margine operativo lordo del primo trimestre 2014 non ha beneficiato degli attesi risparmi sul costo dell'energia; l'effetto positivo riscontrato del calo delle tariffe per gli stabilimenti europei, è stato compensato dai picchi di natura straordinaria del costo del gas e dell'energia elettrica rilevati negli USA nei mesi di Gennaio e Febbraio, peraltro già rientrati nel mese di Marzo.

Confermiamo per il resto del 2014 la nostra previsione, sulla base dei contratti sottoscritti, di un significativo risparmio rispetto all'anno precedente.

Il **margine operativo netto** è negativo per 1,3 milioni di Euro (al 31 marzo 2013, positivo di Euro 0,7 milioni).

Gli ammortamenti sono lievemente in calo rispetto al primo trimestre 2013.

Gli oneri finanziari risultano superiori rispetto al primo trimestre 2013 di 0,2 milioni di euro esclusivamente per effetto del rapporto di cambio euro/dollaro; mentre nel 2013 si registrava un utile complessivo su cambi di 0,3 milioni, nel 2014 si rileva un sostanziale pareggio. Si riscontra invece una riduzione degli interessi passivi grazie al miglioramento dell'Indebitamento Finanziario Netto.

Il **Risultato Netto consolidato** è negativo di 1,7 milioni di Euro (negativo per 0,1 milioni al 31 marzo 2013)

Analisi della situazione patrimoniale

Sintesi dello Stato Patrimoniale

(dati in migliaia di Euro)

| | 31/3/2014 | 31/12/2013 | 31/3/2013 |
|---|------------------|-------------------|------------------|
| Capitale Circolante Netto | 131.433 | 130.487 | 158.218 |
| Attività immobilizzate | 99.308 | 101.004 | 102.876 |
| Attività / Passività oltre l'esercizio | 4.153 | 2.521 | (3.366) |
| CAPITALE INVESTITO NETTO | 234.894 | 234.012 | 257.728 |
| Indebitamento finanziario netto | 93.440 | 90.852 | 102.489 |
| Patrimonio Netto | 141.454 | 143.160 | 155.239 |
| TOTALE FONTI | 234.894 | 234.012 | 257.728 |

Capitale Circolante Netto

Il Capitale Circolante Netto risulta in netto calo rispetto al 31 marzo 2013 di 26,8 milioni di Euro.

Il confronto è effettuato con il dato del primo trimestre 2013 in quanto più omogeneo del dato della fine dell'anno, per effetto della stagionalità dell'andamento delle principali componenti del CCN (crediti e debiti commerciali, magazzino).

Il calo ottenuto sul CCN è frutto di una ben precisa scelta operata dal Gruppo che ha determinato nel corso del secondo semestre 2013, e anche nel primo trimestre 2014, una significativa riduzione degli stock ottenuta principalmente attraverso il ricorso a maggiori fermate produttive, la razionalizzazione della gamma dei prodotti e attività mirate allo smaltimento di prodotti a bassa rotazione.

L'effetto congiunto di tali azioni ha portato ad una riduzione del magazzino negli ultimi 12 mesi di 21,7 milioni di Euro.

Il saldo dei crediti commerciali evidenzia un calo di 3,9 milioni di Euro rispetto a Marzo 2013, pur in presenza di un lieve incremento di fatturato; ciò è dovuto al diverso mix di vendita che si è maggiormente concentrato su mercati dove i tempi di incasso risultano essere più favorevoli. Relativamente alla consistenza dei crediti commerciali, si sottolinea come, pur in un contesto caratterizzato da tensioni finanziarie, non si sia rilevato un peggioramento nelle percentuali di insolvenze, grazie ad un'oculata valutazione dell'affidabilità della clientela.

I debiti verso fornitori risultano in calo di 5,6 milioni di Euro per effetto della riduzione dei volumi prodotti e dei minori investimenti effettuati.

Attività immobilizzate

Il livello delle attività immobilizzate è calato dall'inizio dell'anno di 1,7 milioni di Euro per effetto di

- investimenti del periodo, pari a circa 2,2 milioni di Euro di cui 1,3 milioni di Euro realizzati in Italia, 0,3 milioni di Euro in Portogallo e 0,6 milioni di Euro negli Stati Uniti.
- ammortamenti del periodo, pari a 3,9 milioni di Euro.

Posizione Finanziaria Netta

Sintesi dei flussi finanziari

(valori in milioni di Euro)

| | 31/3/2014 | 31/12/2013 | 31/3/2013 |
|--|---------------|---------------|----------------|
| Posizione Finanziaria - saldo all'inizio dell'esercizio | (90,9) | (92,1) | (92,1) |
| Utile (Perdita) di periodo | (1,7) | (7,9) | (0,1) |
| Ammortamenti e impairment | 3,9 | 17,3 | 4,1 |
| Variazione netta altri fondi | (0,8) | (4,1) | (0,3) |
| Autofinanziamento gestionale | 1,4 | 5,3 | 3,7 |
| Variazione del circolante netto e delle altre attività / passività | (1,7) | 14,0 | (11,2) |
| Investimenti netti | (2,1) | (16,5) | (4,5) |
| Altri movimenti | (0,1) | (1,6) | 1,6 |
| Posizione Finanziaria - saldo finale | (93,4) | (90,9) | (102,5) |

L'Indebitamento Finanziario Netto è cresciuto di 2,5 milioni rispetto a inizio anno, mentre è in netto calo (-9,1 milioni di Euro) rispetto a Marzo 2013.

L'aumento dell'Indebitamento finanziario rispetto all'inizio dell'anno è un andamento, tipico del primo trimestre, per effetto in particolare dall'andamento stagionale dei crediti commerciali.

Anche nei prossimi mesi il contenimento del livello del Capitale Circolante Netto e dell'Indebitamento Finanziario rimarranno uno degli obiettivi primari della gestione aziendale.

5. PREVEDIBILE EVOLUZIONE DELLA GESTIONE.

L'indirizzo strategico attuato nel corso del secondo semestre 2013, è proseguito nel primo trimestre 2014 consentendo il raggiungimento di soddisfacenti parametri di carattere patrimoniale e finanziario per il Gruppo.

Pur mantenendo un monitoraggio costante di tale parametri, ora siamo nelle condizioni di potere compiere i prossimi passi verso il perseguimento di obiettivi maggiormente legati allo sviluppo commerciale ed ai risultati reddituali.

La **Business Unit americana** ha già intrapreso da due anni un percorso di crescita e di miglioramento e riteniamo di poter proseguire con sicurezza questa strada, dove intravediamo delle potenzialità di sviluppo ancora elevate, anche alla luce della dinamicità del contesto statunitense.

La **Business Unit portoghese**, dopo i significativi interventi di riorganizzazione attuati nel 2013, ha già raggiunto il necessario assetto per sfruttare al meglio le sue potenzialità di crescita e possiamo già riscontrare, in misura tangibile, tali effetti nel primo trimestre 2014, sia sul piano commerciale che sul piano reddituale.

Premesso ciò, risulta evidente che le maggiori attività di riassetto siano ora da concretizzare nella **Business Unit italiana**, in tal senso, sono già state attivate diverse iniziative sia di carattere commerciale che di carattere organizzativo ed altre sono programmate per i prossimi trimestri.

E' stata configurata una struttura dedicata allo sviluppo del canale dei *Private Label* (produzione in conto terzi), che ci permetterà di sfruttare maggiormente la capacità produttiva dei nostri stabilimenti europei e che sta già conseguendo dei risultati significativi.

Su alcune aree europee, attualmente poco presidiate, stiamo estendendo il modello di Panariagroup Trade che sta ottenendo degli ottimi risultati nelle attuali aree di competenza.

Le divisioni dei marchi della Business Unit italiana verranno meglio coordinate e potenziate con l'intento duplice di ottenere un contenimento dei costi ed un significativo aumento dei ricavi, già entro il 2014.

Affiancate a queste iniziative di carattere commerciale, sono già state in parte intraprese e continueranno attività di contenimento dei costi nei comparti produttivi, logistici e amministrativi.

I ritorni economici di queste iniziative sono attesi in un orizzonte di medio termine.

Relativamente alla gamma prodotti del Gruppo distinguiamo chiaramente due diversi indirizzi strategici.

Per quanto riguarda i prodotti in **Gres tradizionale**, maggiormente esposti alla concorrenza, stiamo privilegiando una politica di sviluppo dei volumi, e di conquista di maggiori quote di mercato.

Puntiamo ad un recupero della piena efficienza negli stabilimenti produttivi, beneficiando da un lato degli effetti della politica di sviluppo sopra citata e dall'altro lato riportando i volumi prodotti in linea con i volumi venduti.

Relativamente ai prodotti in **Gres laminato** si confermano, anche nel primo trimestre 2014, delle buone *performance* di crescita su tutti i principali mercati. Al fine di cogliere ancora meglio le opportunità di impiego

di tali prodotti a grande formato, sono state affiancate alle lastre di 3 millimetri di spessore quelle con spessore di 5 millimetri, che prevediamo daranno un'ulteriore spinta alla crescita.

Sempre in questo ambito, a partire dalla fiera Coverings, la più importante del settore pavimenti e rivestimenti degli Stati Uniti, tenutasi ad Aprile 2014, sono state presentate nuove linee di prodotto in Gres laminato con l'obiettivo di una maggiore penetrazione di questa tipologia anche in tale mercato.

Forti dei risultati ottenuti nel 2013 sul fronte patrimoniale e finanziario, riteniamo che le strategie poste in essere in ambito commerciale ed organizzativo daranno risultati tangibili già nel corso del 2014.

6. EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL TRIMESTRE

Non si segnalano eventi di rilievo.